



PARLAMENTO

DEL URUGUAY

CÁMARA DE REPRESENTANTES

Secretaría

XLIX Legislatura

**DEPARTAMENTO
PROCESADORA DE DOCUMENTOS**

Nº 1432 de 2023

Carpeta Nº 1324 de 2021

Comisión de Industria,
Energía y Minería

PRECIO DE VENTA POR UNIDAD DE MEDIDA

Regulación

Versión taquigráfica de la reunión realizada
el día 5 de julio de 2023

(Sin corregir)

Preside: Señor Representante Pablo Fuentes, Presidente (ad hoc).

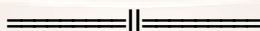
Miembros: Señoras Representantes Fernanda Araújo y Nibia Torres y señores Representantes Sebastián Cal, Martín Melazzi y Gabriel Tinaglini.

Invitados: Por la Cámara Uruguaya de Perfumería, Cosmética y Artículos de Tocador, integrada por los señores Felipe Mariñansky, presidente; por el señor Sergio Caplan, secretario, y por el señor Marcelo Ballesta, secretario técnico.

Por la Cámara Industrial de Alimentos, integrada por su presidente, señor José Luis dos Santos; por la asesora técnica, química farmacéutica María Hansz, y por la secretaria ejecutiva, contadora Virginia Morales.

Secretario: Señor Guillermo Geronés.

Prosecretaria: Señora Dinora Cardozo.



SEÑOR SECRETARIO (Guillermo Geronés).- Está abierto el acto.

En virtud de que están de licencia el presidente y la vicepresidenta, corresponde designar a un presidente *ad hoc*.

SEÑOR REPRESENTANTE TINAGLINI (Gabriel).- Propongo al señor diputado Pablo Fuentes.

SEÑOR SECRETARIO- Si no se hace uso de la palabra, se va a votar en forma nominal.

(Se vota)

—Los señores Representantes Araújo, Melazzi y Tinaglini votan por el señor Representante Fuentes y éste lo hace por el señor Representante Tinaglini.

—Tres en cuatro: AFIRMATIVA.

En consecuencia, se proclama Presidente *ad hoc* al señor Representante Pablo Fuentes.

(Ocupa la Presidencia el señor representante Pablo Fuentes)

SEÑOR PRESIDENTE (AD HOC) (Pablo Fuentes).- Antes de que ingrese la delegación, quiero hacerles un planteo. Como sabrán la industria nacional está pasando por ciertos problemas, sobre todo las que se dedican a la producción de alimentos y bebidas, y también la industria farmacéutica. En el mes de junio salió un informe que señala que seis de cada diez industrias tienen problemas -reitero: a principios del mes de junio- por el grado de salinidad que tiene el agua.

Como miembro de la Comisión de Industria planteo, si les parece bien, la necesidad de citar a la Cámara de Industrias para la próxima reunión a los efectos de tener un diagnóstico más reciente, de saber cómo están sobrellevando el problema y, eventualmente, saber si han podido llegar a una solución práctica para paliar la situación como también si a nivel legislativo podemos hacer algo al respecto. Sería importante tener un diagnóstico, saber cuál es el escenario posible para poder ayudar.

Así que propongo convocar a la Cámara de Industrias, que abarca tanto el área de la alimentación, como la de la farmacéutica y demás.

(Apoyados)

SEÑOR REPRESENTANTE MELAZZI (Martín).- Acompaño la moción. Claro que es importante contar con esa presencia en este ámbito. Tal vez, sería bueno comunicarles también el motivo por el cual van a comparecer a los efectos de que traigan un informe. Sería una manera de aprovechar mejor esa reunión.

SEÑOR PRESIDENTE (Pablo Fuentes).- Lo que hago, entonces, es escribir en el grupo de Whatsapp el motivo de la convocatoria y si les parece bien se comparte.

(Apoyados)

(Ingresa a sala la delegación de la Cámara Uruguaya de Perfumería, Cosmética y Artículos de Tocador)

—La Comisión de Industria, Energía y Minería da la bienvenida a la delegación de la Cámara Uruguaya de Perfumería, Cosmética y Artículos de Tocador, integrada por los señores Felipe Mariñansky, presidente; por el señor Sergio Caplan, secretario, y por el señor Marcelo Ballesta, secretario técnico.

Tiene la palabra el diputado Melazzi.

SEÑOR REPRESENTANTE MELAZZI (Martín).- Agradezco la presencia de la delegación.

Como ustedes saben, esta Comisión está tratando el proyecto de ley relativo al rotulado frontal de productos, por lo cual hemos ido invitando a las diferentes delegaciones. La idea es escucharlos también a ustedes.

Como bien dice la exposición de motivos, "El presente proyecto tiene por objeto continuar fortaleciendo las fuentes de trabajo, defender la industria nacional y consolidar así las estrategias en materia de lucha contra la evasión fiscal y el comercio informal [...]". Somos conscientes de que la permanente competencia desleal atenta fuertemente contra las fuentes laborales de nuestro país. Este proyecto de ley apunta más que nada a dar una mejor y más certera información, específicamente, al consumidor final. Todos sabemos el importante problema que estamos teniendo por la diferencia cambiaria con la República Argentina y lo que está provocando en nuestro país -lo he manifestado varias veces- en el litoral.

Yo soy de un departamento muy próximo, Soriano, y allí dos o tres comercios, micro y pequeñas empresas, cierran cada día generando problemas económicos no solamente para el empresario sino para los trabajadores, y todos sabemos que muchas veces los trabajadores ya tienen cierta edad. Siempre digo que cuando se cierra una micro o pequeña empresa, muchas veces es difícil poder reabrirla y es más difícil todavía aceptarlo cuando se trata de una empresa familiar que ya tiene una tradición, por ejemplo, una farmacia. La impotencia de no poder hacer nada, precisamente por la diferencia de tipo de cambio, la verdad es que nos preocupa como Comisión, como legisladores, como seres humanos, como conocidos y amigos muchas veces de algunos de estos empresarios.

El hecho de poder promover este proyecto de ley de rotulado frontal no quiere, en lo más mínimo, hacerlos incurrir en un gasto si efectivamente después percibimos que no hay una fiscalización acorde a la inversión que se podría llevar adelante para que, precisamente, el consumidor -ya sea en las góndolas de los supermercados o en farmacias- pueda identificar visualmente que un producto cumple con toda la normativa existente en nuestro país.

Dicho todo esto, para nosotros son muy importantes las devoluciones que nos puedan hacer ustedes porque en base a ello los señores legisladores iremos evaluando cuáles son las delegaciones que mostraron interés en poder avanzar, o no, en este proyecto de ley. Para nosotros también es muy importante saber cuáles son los rubros que este proyecto podría llegar a beneficiar.

Dicho todo esto, señor presidente, de mi parte, como introducción, muchas gracias.

SEÑOR CAPLAN (Sergio).- Muchas gracias por recibirnos. Mi nombre es Sergio Caplan y soy secretario de la Cámara Uruguaya de Perfumería, Cosmética y Artículos de Tocado, y además presido la Comisión de Comercio Interno de la Cámara de Industrias.

Nosotros queremos manifestar que en los considerandos de este proyecto no podemos estar más de acuerdo. La preocupación que existe hoy en día por el contrabando y la competencia desleal que se está ocasionando en la serie de productos que manejamos nosotros, como Cámara de Perfumería, es real y es muy importante. Estimamos más o menos que en la Cámara de Perfumería el producto bruto está en alrededor de US\$ 600.000.000 anuales de venta al público y que la pérdida de ventas que estimamos que hubo en el rubro para el año 2022 fue de aproximadamente un 20 %, o sea, más de US\$ 120.000.000

Obviamente, eso ha ocasionado una seria retracción en lo que significan las ventas y la producción de elementos de perfumería. Todos los que han ido a Argentina saben que allá hay cosas que están muy baratas, especialmente lo que produce ese país. Hay cosas en las que de repente no hay tanta diferencia de precios, la gente va a un *shopping* y percibe que no hay mucha diferencia con la ropa importada, pero nadie deja de ir a una farmacia en Argentina. De cien personas que viajan a Argentina, noventa y nueve pasan por una farmacia y la compra en esos casos, de rubros de medicamentos -que no son los nuestros- y de perfumería, es realmente importante.

¿Qué está pasando en este momento? Lo que decía el diputado Melazzi: las ventas que hemos registrado en el litoral han caído más del 50 %. Lo saben nuestros distribuidores. La pérdida de ventas que nosotros tenemos en esos sectores del litoral argentino y de la frontera con Brasil está en el orden del 50 %. La pérdida promedial es de 20 % porque seguramente en Montevideo y en Canelones todavía la pérdida no es tan grande, pero ya hay una incidencia muy importante de productos que vienen de contrabando y que se están comercializando no en gran medida en el comercio instalado pero sí en las ferias y en muchos otros lugares.

En este sentido, queremos recalcar que vemos con mucho beneplácito que haya preocupación por considerar este tema que nos afecta tanto, que afecta a las fuentes de trabajo y en gran medida las posibilidades que tiene este sector, que está bastante golpeado y que, en general, tiene costos bastante elevados.

Lo que también vemos -como decía el diputado Melazzi- es que nada sirve si no hay una fiscalización efectiva. En este momento me parece que darle la carga de la fiscalización al usuario, que lo que trata de hacer es comprar más barato un producto, no va a ser una medida efectiva. Es decir, nosotros como perfumería ya tenemos un montón de requisitos de etiquetado que son obligatorios. Debemos tener todos los registros del Ministerio de Salud Pública y en las etiquetas nuestras de los productos ya hay que explicitar un montón de cosas, como la composición, el contenido neto; el LATU también nos exige, por ejemplo, los tamaños de las etiquetas y el tamaño del contenido neto que se deba tener en los productos. Es decir, hay una serie de condicionantes que ya estamos obligados a tener en el etiquetado de nuestros productos, de los cuales hay una serie que no es tan fácil de etiquetar. Uno siempre está pensando en la etiqueta que la DGI pone en las botellas de *whisky*, que se pone por encima y que todos conocemos, pero hay productos de la industria cosmética que son realmente difíciles de etiquetar, especialmente los de maquillaje como lápices de labios, esmaltes de uñas, lápices delineadores de ojos. Es imposible que estos productos puedan tener una etiqueta con tanta información. De hecho, se hace muy difícil incluir la información legal en este tipo de productos.

Quiero recalcar que la información que pueda estar en estas etiquetas no hace a la diferencia para el usuario que vaya a comprar ese producto u otro. ¿Por qué? Por ejemplo, una de nuestras empresas asociadas es una multinacional que trae al Uruguay productos que se fabrican en Argentina y en Brasil. Ocurre que es muy difícil que se puedan diferenciar esos productos de consumo de los que entran de contrabando. Se puede hacer por los lotes -pueden ser lotes que vengan al Uruguay y ellos lo pueden saber-, pero el consumidor no lo va a saber.

Ahora, hay alguna serie de productos de limpieza que esas empresas comercializan que tienen marcas que no comercializan en Uruguay y que están instaladas en la frontera, por ejemplo con Brasil, y en todos los comercios de frontera se venden esos productos. Es decir que sería muy fácil para la Dirección Nacional de Aduanas o para quien quisiera fiscalizar poder ir a esos lugares y ver que esos productos que esta

empresa no trae, no comercializa esas marcas en Uruguay, están siendo vendidos de esa manera. Es decir, lo que nosotros vemos es que si no hay una real fiscalización, todas las medidas que se puedan pretender de información al consumidor no van a ser efectivas.

SEÑOR REPRESENTANTE TINAGLINI (Gabriel).- Buenos días, es un gusto recibirlos en la Comisión.

En cuanto a la pérdida que mencionaron del 20 % en 2022, me gustaría saber cuánto se puede adjudicar al contrabando y cuánto a la baja de consumo.

SEÑOR MARIÑANSKY (Felipe).- Lo adjudicamos casi en un ciento por ciento al problema del contrabando. El contrabando que nosotros llamamos microcontrabando -que es el que el público en general hace cuando va a Buenos Aires o a Argentina en general- y el contrabando que hubo siempre y que sigue estando.

SEÑOR BALLESTA (Marcelo).- Para poder evidenciar esto, podríamos apelar a lo siguiente. Tal vez recordamos que allá por octubre de 2022 se emitió un dato oficial del Ministerio de Turismo, que públicamente salió a decir que en el trimestre julio- setiembre habían transitado hacia la Argentina casi 700.000 uruguayos, en el orden de los 660.000. Inclusive, se definía el nivel de gasto que tuvieron esos uruguayos, diciendo que habían logrado gastar en ese trimestre US\$ 247.000.000, un promedio de US\$ 374 per cápita. Ese es un dato oficial. Ahora, si sumamos esto al comentario que hacía recién Sergio Caplan acerca de que, indudablemente, cada vez que cruzamos pasamos por un comercio a comprar este tipo de producto que nos involucra a nosotros, si quisiéramos decir que de ese nivel de gasto el 20 % fue adjudicado a productos de cosmética y demás, estaríamos -en ese trimestre y, por lo tanto, en el año- evidenciando una pérdida de venta de productos nacionales del orden de los US\$ 150.000.000. Si decimos que ese 20 % es mucho -aunque creemos que es más que ese porcentaje-, que el 10 % de ese gasto fue dedicado a este tipo de productos, ahí claramente estamos en los US\$ 100.000.000. Evidentemente, ese dato es pura y exclusivamente por una de las fuentes o uno de los orígenes que tiene que ver con el comercio transfronterizo, pero en realidad también ese tipo de prácticas se encuentran desde otros lugares.

De alguna manera me gustaría citar en este momento -porque también hace poquito estuvo en danza y en los medios públicos- un estudio que hizo la Cámara de Industrias con respecto al contrabando y a la competencia desleal. Les voy a leer tres o cuatro conceptos que surgen de ese documento y que tienen que ver con estas cosas. Este estudio, que no fue hecho solo para la parte cosmética sino para toda la base social industrial del Uruguay o por lo menos que comprende a la Cámara de Industrias, refleja que el "35 % de las empresas reportaron caída de ventas a la zona fronteriza con Argentina y 27 % con Brasil en 2022 respecto a 2021. Una de cada tres empresas informa que el contrabando incidió en la caída de ventas del año pasado. 9 % de las empresas redujo el personal ocupado por el impacto del mayor contrabando. El 35 % de las empresas respondió que el contrabando aumentó en los primeros meses de 2023". Allí también figura, como opinión de las empresas, que las principales fuentes de contrabando son: razones de proximidad, contrabando a través de organizaciones delictivas y, básicamente, a través de la migración de turistas. O sea que este dato que decíamos que obedece a una de las causas, también está justificado por otro tipo de prácticas donde, hoy por hoy, no solo el sector de perfumería está siendo afectado, sino que, evidentemente, también lo están siendo otros sectores de actividad.

Por eso para nosotros es imprescindible -y lo reafirmamos especialmente- el espíritu y la voluntad de este proyecto que es trabajar y mitigar especialmente la competencia desleal que existe a partir de la informalidad y, fundamentalmente, por las consecuencias que esto está generando, que tiene que ver con pérdida de empresas -como decía

Melazzi hoy-, con pérdida de fuentes de trabajo, con evasión fiscal. Si decimos que solo por ese grupo de uruguayos que fue Argentina se dejó de percibir y de vender esto, creo que algún milloncito de dólares de ventas como recaudación fiscal podríamos tener de ahí, pero no los tenemos. No olvidemos que hay algunos productos que por sus características también tienen la doble sensibilidad de estar frente a un riesgo sanitario y/o bromatológico. Ese es un elemento que nos preocupa especialmente.

SEÑOR REPRESENTANTE MELAZZI (Martín).- Voy a poner un ejemplo que para mí es uno de los más claros y contundentes.

A los que son tomadores de whisky lo que les interesa, sin duda, es que lo que compran les salga lo menos posible. En eso podemos estar de acuerdo, pero les puedo asegurar que quien va a comprar una botella de whisky en plaza, aunque el rotulado frontal no está en el exterior de la caja, lo que les interesa es ver la etiqueta -por así decirlo- de la Dirección General Impositiva pegada en la botella. Yo les puedo asegurar que ese consumidor va a fijarse en eso porque lo compró en plaza y lo pagó a precio de plaza. Es la manera de asegurarse de que no es un whisky de contrabando porque, en definitiva, le están cobrando muy por encima de lo que realmente vale.

Por eso yo siempre digo: no solamente se trata de cuidar a las fuentes laborales y a las micro y pequeñas empresas, sino de darle una efectiva información al consumidor final. Y eso se da porque no puede valer lo mismo una botella de whisky que se pagó con todos los impuestos y tributos correspondientes según la normativa vigente, que una con un etiquetado que no sabemos si está adulterado, porque pudo haber venido de la República Argentina o de cualquier otro país.

Entonces, yo quiero que se perciba el valor adicional y agregado que tiene la información al consumidor final, cuidándole el bolsillo.

Conozco casos de personas que hoy en sus casas tienen un set de pasta de dientes y proveen a los comercios minoritarios, de la vecindad, de cercanía. En ese caso, el consumidor no tiene forma de saber si los productos que ingresaron a nuestro país, que están registrados en el Ministerio de Salud Pública, pero también en el Ministerio de Salud Pública de Brasil, de Argentina, de Paraguay, lo hicieron de manera formal, porque el registro existe en el envase.

La única solución para algunos productos de consumo masivo que históricamente han tenido una gran diferencia de precio con la República Argentina es a la que apunta este proyecto de ley y su reglamentación.

Entonces, vaya si será importante lo que ustedes están diciendo. Está claro que en este sector de la industria es un producto importante. Como bien decía, capaz que no se da con los maquillajes, porque son productos pequeños, pero en otros casos sí. Eso quedará para la reglamentación, pero es bueno que los señores legisladores comprendan la problemática actual. Esto es por la coyuntura que tenemos con la República Argentina, pero no es un proyecto que está pensado por la coyuntura, sino por aquellos productos que siempre han tenido una gran diferencia y ha sido tentador ingresarlos de manera informal y porque esto después permea, no solamente en el litoral del país, sino en la capital, en el centro y este del país.

De nuestra parte agradecemos la información. Somos conscientes de que sin fiscalización no hay ninguna ley que cumpla con los objetivos que fueron pensados por el legislador.

SEÑOR REPRESENTANTE CAL (Sebastián).- Quiero aprovechar que están ustedes aquí para consultarles cómo podrían llegar a resolver algunos de los problemas

que nos manifestaban recién con respecto al rotulado en algunos productos de pequeño tamaño. Lejos está del espíritu del proyecto que tengan que encarecer el producto. Sabemos que está complicada la situación; no queremos que tengan que poner un lápiz de labio en una caja más grande para que puedan aplicar el rotulado. Me preocupa un poco eso y creo que tienen razón; no lo había tomado en cuenta. Al momento de tomar una decisión es algo a considerar.

Totalmente fuera de lo que es el proyecto de ley, no quiero perder la oportunidad de robarles algunos minutos para consultarles sobre alguna idea que en algún momento tuve. De hecho, tengo un proyecto desarrollado respecto al tema que aún no he presentado porque me falta procesarlo. Me refiero a los certificados de origen para las importaciones.

La mayoría de ustedes son importadores. Entiendo que la producción local es prácticamente nula y me gustaría...

(Interrupción del señor Sergio Caplan)

—Bien. Gracias por la aclaración. Me imagino que muchos de los productos que ustedes utilizan deben ser importados, tanto envases como materias primas.

Me gustaría saber qué tan influyente puede llegar a ser en el precio final de un producto que los certificados de origen que a veces están muy atados entre marcas, pudieran ser implementados a través de una declaración jurada, como se hace en algunos países. Voy a poner un ejemplo de una marca. Supongamos que Colgate Argentina solamente le vende a Colgate Uruguay, impidiendo que algún supermercado o cadena le compre directamente a Colgate Argentina. Eso podría llegar a verse reflejado en el costo final de los productos. No sé si en el caso de ustedes es lo mismo o no. No quería quedarme con esa duda.

No sé si se entendió el concepto. Quiero saber si en lugar de que sea a través de una solicitud de un certificado de origen, como es en el día de hoy -en Uruguay, sin tener un certificado de origen no se van a habilitar esos productos-, pudiera hacerse meramente, como es en algunos países, a través de una declaración jurada del importador.

SEÑOR CAPLAN (Sergio).- No sé cuál es el caso que dice que existe. En Uruguay lo que pasa es que todos los productos de cosmética tienen que estar registrados en el Ministerio de Salud Pública; no hay otra forma. A pesar de que nosotros nos regimos por el Mercosur y se internalizan las resoluciones respecto a ese registro de productos, no existe todavía un reconocimiento mutuo de los mismos, es decir, uno trae un registro y debe pasar por el Ministerio de Salud Pública, tomar ese registro y realizarlo aquí en Uruguay. Quienes realizan ese registro son, generalmente, las empresas que pagan ese tipo de registro.

Ya que hablamos de este tema, no puedo dejar pasar la oportunidad de decir que un registro en Uruguay en el Ministerio de Salud Pública cuesta alrededor de US\$ 1.100. Eso es lo que sale un registro de un producto en Uruguay. Ese mismo registro, Grado 1, para industria nacional, por ejemplo, en Argentina, sale alrededor de US\$ 100. Obviamente, hay diferencias notables en el caso monetario; hay una diferencia sustancial. Piense que un registro en Uruguay de US\$ 1.000 lo está repartiendo entre una cantidad de habitantes o de venta que va a ser quince veces menor que el registro de US\$ 100 que usted saca en Argentina y que lo va a repartir para esa población. Es decir que además de esa diferencia importante que nosotros tenemos en la moneda, que es muy difícil saber cuánto tiempo va a llevar y que no podemos dominar por la situación actual, hay coyunturalmente otras cosas que hacen que los productos uruguayos de las mismas

empresas sean bastante más caros aquí que en otros lugares como Brasil o Argentina. Una de las causas es el registro sanitario. Otra es que el puerto uruguayo es el más caro de la región. Hace poco hubo un intento de aumento de tarifas. Y otra son los productos fabricados localmente. Por ejemplo, si usted trae un contenedor para el puerto el manejo, la subida o la bajada de ese contenedor vale US\$ 1.000 o US\$ 1.500. No importa si usted está trayendo teléfonos celulares que valen US\$ 2.000 el kilo, materia prima para fabricar o un envase que puede valer US\$ 5 o US\$ 10 el kilo. Usted tiene que pagar esa cantidad; en un caso le puede reportar un costo adicional de un 2 %; en el caso nuestro, que somos fabricantes, esa materia prima, ese insumo aumenta un 30 % o 50 %, solo por el costo portuario. Son cosas que hacen la situación muy difícil.

Como usted muy bien decía, la mayoría de los productos de cosmética y perfumería que hay en Uruguay son importados. Le quiero recordar que la mayoría de las grandes empresas multinacionales -L'Oréal, Unilever, Colgate, Palmolive, Procter & Gamble- fabricaron anteriormente en Uruguay; todas tenían fábrica en Uruguay y fueron dejando de fabricar. Hoy en día quedan algunas marcas locales que fabrican, pero probablemente no lleguen a superar el 10 % de todo el universo de marcas de productos de cosmética que se comercializan.

SEÑOR BALLESTA (Marcelo).- A raíz de la intervención del diputado Cal quiero ampliar la información, porque mostraba un poco de conocimiento en cuanto a que hay determinado tipo de situaciones que se presentan y que no las contemplamos como pueden ser determinados tipos de productos.

En nuestro caso tenemos como normativa el reglamento técnico del Mercosur, que clasifica productos de higiene personal, cosméticos y perfumería en el cual existen 132 productos. La gama de posibilidades es muy amplia. Uno tiende a pensar en los productos más tradicionales, pero tenemos desde un ablandador de cutícula hasta una máscara facial hidratante para cabellos. Es enorme la variedad de productos que se debería contemplar.

Por tanto, creemos que este proyecto, desde la generalidad, aduce un poco esa falta de definición en cuanto a qué productos atacaría ya que en algunos casos se refiere a ciertos productos de consumo, pero las realidades pueden ser muy diversas. Incluso, en nuestro propio sector de actividad podemos pensar en las nuevas prácticas que existen, como la tendencia del *refill*. El *refill* es una nueva forma de comercialización. El abanico que se abre es mucho más grande.

Para finalizar quiero destacar un punto que no fue conversado en esta mesa y que tiene que ver con el artículo 3° del proyecto, con el cual felizmente coincidimos.

El artículo 3° plantea una campaña nacional de publicidad educativa. Entendemos que este es un tema claro que necesita no solo información, sensibilización, sino, fundamentalmente, educación para las nuevas generaciones, para lo cual también existen instrumentos.

Es un tema de terrible preocupación por los efectos que está teniendo. Por ejemplo, tenemos la Ley N° 19.307. Se podría estar trabajando claramente en una campaña de sensibilización a partir del efecto que está generando el comercio desleal e informal por las formas e impactos que está teniendo.

Ese es un punto que nos gustaría recalcar.

Creemos que cualquiera de las medidas -esta u otras- que atiendan esta problemática, el tema de la información, la publicidad, la promoción, la concientización y la educación son vitales y necesarias.

SEÑOR REPRESENTANTE TINAGLINI (Gabriel).- Una consulta bien cortita.

Más allá de que la ley salga aprobada o no, hay todo un tema de reglamentación y de quién asume los costos del etiquetado.

Analizándolo del punto de vista costo- beneficio y sabiendo que ya tienen un costo por el rotulado, etiquetado y todo lo que habíamos hablado, ¿cómo ven este tema?

No sé si el etiquetado lo va a asumir el gobierno. Si lo tuvieran que asumir ustedes ¿cómo ven ese incremento, más allá de todas las etiquetas que existen para que el consumidor sepa identificar bien qué producto es legal y cuál no?

SEÑOR MARIÑANSKY (Felipe).- Creo que en la práctica sería bastante complejo. En general nuestro tipo de industria tiene muchos artículos, muchas presentaciones, muchos envases chiquitos, medianos, grandes, presentaciones en *sachet*. Sería complejo. Es cuestión de buscar la forma de que sea lo menos complejo. Si uno visualiza que va a haber una buena fiscalización y que podemos recuperar las ventas creo que el esfuerzo valdría la pena, pero es un tema que no lo tenemos claro y que puede complejizar bastante.

Repito: aplaudimos este tipo de iniciativas que buscan soluciones a las dificultades que estamos pasando en estos momentos.

En realidad, la industria en general, y la cosmética nacional, como decía Caplan, representa apenas un 10 %; se han ido muchas empresas porque no le convenía producir acá.

Más allá del objetivo de esta reunión, quiero comentarles que la industria se ha sentido bastante poco amparada en los últimos años. Estaría bueno generar un ámbito de diálogo para buscar mecanismos que puedan reflotar la industria o quizás -sin ser tan ambiciosos-, mantenerla, lo que ya sería todo un mérito.

Recuerdo un viejo discurso de un presidente de la Cámara de Industria en la época de la aftosa frente a autoridades nacionales. Dijo: "Todo el mundo habla de la aftosa; en la industria hace años que estamos con aftosa y nunca nadie se preocupó de nosotros".

Hago este comentario y una reflexión simplemente porque me parece que está bueno hacerlos en este ámbito.

SEÑOR PRESIDENTE.- Agradecemos la presencia. Estamos en contacto en la medida en que surjan más inquietudes.

(Se retira de sala la Cámara Uruguaya de Perfumería, Cosmética y Artículos de Tocador)

(Ingresa a sala la Cámara Industrial de Alimentos)

—La Comisión de Industria tiene el gusto de recibir a una delegación de la Cámara Industrial de Alimentos, integrada por su presidente, señor José Luis dos Santos; por la asesora técnica, química farmacéutica María Hansz, y por la secretaria ejecutiva, contadora Virginia Morales.

A continuación le voy a conceder la palabra al diputado Melazzi, quien está trabajando en un proyecto de etiquetado frontal de productos.

SEÑOR REPRESENTANTE MELAZZI (Martín).- Aclaro que estamos trabajando todos en la Comisión.

Tal como lo expresa nuestra exposición de motivos estamos preocupados por fortalecer las fuentes laborales, el comercio, la industria y cuidar que no avance el desempleo.

Este proyecto de rotulado frontal no es un proyecto que está creado por las diferencias cambiarias que hoy estamos teniendo con la República Argentina; es un proyecto que lo que trata más que nada también es de informar al consumidor final.

Me gustaría traer a colación un ejemplo que cité cuando conversábamos y es el de la botella de whisky que tiene el *sticker* de la Dirección General Impositiva. Aquel que es tomador de whisky, una vez que saca la botella de la caja, en lo primero que se fija es si pagó lo que valía. Nadie quiere pagar por algo que pueda estar adulterado o que ingresó por contrabando, porque alguien se estaría viendo perjudicado.

La intención de este proyecto no es traer mayores costos a los fabricantes, a los importadores. Es un proyecto que trata de ver e identificar a aquellos productos que históricamente han tenido una diferencia de precio importante con Argentina y con Brasil. Es un proyecto que trata de tener luz larga y ver a largo plazo.

Como bien lo expresaba en la exposición de motivos, no queremos que la competencia desleal siga atentando contra las fuentes laborales; queremos que esto redunde en beneficio de los consumidores finales. Se busca evitar la evasión fiscal pero también perseguir el fin de informar a los consumidores el origen de los bienes a adquirir y si fueron legalmente obtenidos por parte de los vendedores.

Dicho todo esto para nosotros es importante la devolución que le puedan hacer a la Comisión. En base a esa devolución veremos cómo se puede seguir avanzando. Si tienen ideas para complementar este proyecto nos gustaría conocerlas.

Finalmente, quiero decir que cualquier proyecto de ley sin fiscalización no tiene ningún sentido.

SEÑOR DOS SANTOS (José Luis).- Compartimos absolutamente el criterio y la intención que tiene este proyecto de proteger y dar sostenimiento en el tiempo a la actividad de la industria nacional. En estas circunstancias en las que estamos enfrentados a una diversidad de problemas, a pesar de que parezca que no es un costo, sí es un costo colocar un *sticker* más a los que estamos colocando. Cuando se resolvió el tema de los octógonos hace unos años atrás fue bastante controvertido y muy discutido. Parte de la base argumental que teníamos en aquel momento era que iban a haber productos con octógonos y sin octógonos y hoy se sigue viendo. Lamentablemente, al día de hoy se sigue viendo.

Ayer llamó un industrial planteándome que hay determinados comercios, determinados importadores que estarían violando la disposición poniéndole a algunos productos etiquetas y a otros no. ¿Por qué? Porque etiquetar productos que vienen del exterior tiene un costo altísimo. Pensemos, por ejemplo, en un camión que viene con 250.000 paquetitos de galletitas y que hay que colocar el *sticker*. Hacer ese trabajo cuesta alrededor de US\$ 8.000 además del costo de la etiqueta en sí mismo. Entonces, muchas empresas importadores no asumen ese costo; no quieren asumirlo. Las empresas uruguayas ya lo asumimos cuando tuvimos que rediseñar nuestros *packaging*. Rediseñar el *packaging* no es una cosa menor, porque cada *cliche* de goma que hay que hacer para imprimir el material está en el orden de los US\$ 1.000. Si yo tengo veinte o treinta y eso lo multiplicamos por todas las empresas del Uruguay fácilmente verán que llegamos a cifras millonarias.

No es que no compartamos el criterio que tiene el proyecto, sino que no lo vemos oportuno. Hasta que no se refuercen los sistemas inspectivos, tanto del Ministerio de Salud Pública, que tiene que ver con el etiquetado frontal, como de la Dirección Nacional de Aduanas en el contralor de los productos de contrabando, creemos que seguir agregando elementos resulta poco efectivo.

Además, no podemos perder de vista que la industria de alimentos involucra a cuarenta mil personas empleadas en el Uruguay. Es un porcentaje importante de la masa laboral; el consumo se sitúa en unos 3.100.000; el 68 % se produce en la industria de alimentos nacionales. Esos datos ustedes los tienen; no se los voy a leer. No los voy a fatigar con esto, pero está muy detallado todo lo que nuclea la Ciali, (Cámara Industrial de Alimentos) y las empresas del sector.

Estamos con dificultades agregadas sobre la mesa: contrabando, caídas importantes en la venta en el litoral. Tenemos el problema del tipo de cambio que favorece mucho la importación; inesperadamente perforó la barrera de los \$ 38. Ningún economista en Uruguay lo preveía a principios de año. Todo eso son pérdidas de competitividad que vamos teniendo. Esto significa más dificultades en nuestros costos operativos.

Como decía hoy un periodista, las plagas de Egipto nos persiguen. El tema del agua ya está significando para muchas empresas un aumento de costos. Están buscando soluciones alternativas que siempre significan una inversión.

No voy a extender más mi presentación, porque si no repetiría conceptos.

La química farmacéutica María Hansz tiene aportes para brindar desde el punto de vista técnico.

SEÑORA HANSZ (María).- Soy asesora de la Ciali.

Nosotros teníamos una duda -el texto lo establece expresamente y usted lo acaba de decir-: esto es para la industria nacional y para lo que se importa; es para que todo producto que cumpla con la regulación, pueda llevar este logo que podrá ser un *sticker*, etcétera.

No sé en otros rubros, pero en el caso de los alimentos y bebidas -no incluyendo las alcohólicas que tienen su propia cámara- se pueden poner a la venta una vez registrados. Es decir, se presentó el producto a la autoridad correspondiente, por ejemplo a los ministerios de Salud Pública, de Ganadería, Agricultura y Pesca, a la Intendencia o a más de una autoridad si así se requiere, y se autoriza. En general, para eso dan un número de registro de producto -ya sea nacional o importado- que va en la etiqueta.

Como bien dijo el presidente de la Ciali, vemos que a veces falta control porque aparecen productos no registrados, mal registrados o mal etiquetados. Lo que quiero decir es que en las góndolas no debería haber alimentos y bebidas que incumplan con la norma. Según las reglas de juego vigentes, todo producto, alimento y bebida que esté en una góndola, tiene que llevar el sello. No va a haber un producto que no lo lleve. Para eso está la fiscalización a través del código de barras -que la intendencia usa- que detecta si el alimento está o no habilitado. Es más: en una especie de tablet que lleva el inspector, aparece la etiqueta habilitada y demás información. Entiendo que con el logo es más visual; los inspectores lo pueden hacer.

Si se aumentaran los controles, si fueran más eficientes -sé que las autoridades, tanto la intendencia como Salud Pública hacen lo que pueden, muchas veces con pocos recursos y con algunas dificultades- todo alimento y bebida que llega a una góndola tendría que llevar el logo; de lo contrario, no debería estar en la góndola. Como Ciali, se

nos diluye un poco el aporte que podría dar ese logo. Si se van a aumentar las fiscalizaciones para controlar el logo, que se aumenten también para controlar si los productos están o no habilitados y no tendríamos la ventaja de colocar un logo porque todos lo pondríamos.

Por otra parte, nunca falta el inescrupuloso que de repente coloca -lo hemos visto- una etiqueta de registro de otro producto que sí está registrado y cuando va el inspector dice: "Está registrado", pero lo copiaron. Quien copie y haga las cosas al margen de la ley, va a poner el logo.

Se nos dificulta ver qué ventajas nos daría a nuestro tipo de industria la colocación de ese logo establecido en el proyecto.

Esta es la cuestión técnica que quería mencionar.

SEÑOR REPRESENTANTE MELAZZI (Martín).- Gracias por la devolución.

El planteo es comprensible; además, hay otro proyecto de ley que quiere establecer que la industria brinde más información en lo que tiene que ver con los alimentos, y eso va generando más rispidez entre la industria y la intención a veces de los legisladores.

Lo que entiendo, al igual que sucedió con los octógonos, es que todo lo que sea fácilmente visible -y no siempre-, es bueno porque lo que siempre se busca es informar al consumidor. En este caso, nuestro espíritu es defender la industria. Este proyecto se refiere, como dije al inicio de mi intervención, a ciertos productos, a aquellos que históricamente han tenido una diferencia de precio importante con los de la República Argentina; esos son los productos a los que básicamente refiere este proyecto. Digo esto porque no estamos hablando de todos los productos; queda al albedrío de cada cámara decir: "En estos productos puntuales efectivamente sería interesante".

Hoy, la Cámara Uruguaya de Perfumería, Cosmética y Artículos de Tocador nos decía que en el caso de los lápices labiales, sería muy difícil poner un rotulado, *sticker*, porque el envoltorio es muy pequeño.

Lo que hoy sí sucede en el país es que el consumidor final está pagando el mismo precio tanto por un producto que ingresó de contrabando como el que cumplió con todas las normativas. Entonces, la manera de comunicar, informar que ese producto efectivamente defiende las fuentes laborales es con el rotulado frontal, porque ese *sticker* en definitiva nos lo está diciendo

Comprendo y comparto perfectamente que si no hay controles efectivos, no hay ley que cumpla con el objetivo.

La iniciativa también refiere a una campaña de concientización. En algunas notas periodísticas y en algunas oportunidades el periodista decía: "Pero la gente tiene derecho y va a comprar adonde salga más barato". Está bien; compartimos. Pero ¿la gente efectivamente esta dispuesta a pagar el mismo precio por un producto tanto haya venido de afuera como por un producto que efectivamente defiende las fuentes laborales? En ese caso, ¿no nos cuestionamos si vamos a seguir comprando en ese supermercado, en ese almacén de barrio el mismo producto que se vende en el almacén de al lado y sé que cuenta con ese rotulado? ¿No estaremos de esa manera educando a nuestra gente que lo mejor es invertir en Uruguay y en productos que cumplieron con la normativa?

¿Con esto vamos a controlar el contrabando? ¡No! ¿Con esto vamos a evitar que la gente cruce a Argentina? ¡No! Pero sí es verdad que por ejemplo en una feria, la ganancia que nos están cobrando por el producto de contrabando no la percibe el

feriante, esa gran diferencia la ganan unos pocos que son quienes ingresan los productos informalmente, de contrabando, como lo quieran llamar.

Estamos en el siglo XXI, en la era de la tecnología.

Hemos discutido este tema en la Comisión; también hay un proyecto de precios por unidad de medida.

Capaz hay algunos ejemplos en el mundo y aprovechando la tecnología mediante un código QR, un código de barras, no sé, lo que ustedes entiendan más oportuno, podamos brindar la información pertinente al consumidor, obviamente a través de un dispositivo móvil u otros que puedan surgir en el futuro.

Nosotros estamos abiertos a ese tipo de devoluciones que ustedes entiendan existen en el país.

Lo que queremos, vuelvo a decir, es defender a la industria nacional, a los importadores, a los trabajadores porque sabemos que cada vez que una micro o pequeña empresa o no tan pequeña cierra, es muy difícil que vuelva a abrir. Y lo más triste es que muchas veces cierran por uno o dos años debido a una coyuntura puntual existente en otro país, pero luego es muy difícil que pueda volver a reabrir y generar las fuentes de trabajo que tenía antes.

Lo digo porque el espíritu no es en absoluto encarecer, complicar, que para cada producto haya que hacer otra nueva inversión o que no tiene ningún sentido que estos productos cuenten con este rotulado.

Quiero que se lleven esa idea. Por eso en el proyecto no determinamos si el etiquetado debe ser por encima de ciertos mililitros o gramaje equis; nos parece que lo más sano es que se establezca en la reglamentación. Queremos saber qué productos quedarían o no comprendidos, según la Cámara Industrial de Alimentos.

Por ejemplo, cuando estuvo la asociación de tabacaleros, nos contaron que el único sello que no le pudieron falsificar es el que llevaba en el mismo cigarrillo: la coronita, de Coronado. Era el único sello que no le podían falsificar, y eso para nosotros puede ser un rotulado. Cuando nos referimos al rotulado frontal no estamos determinando que tenga que ir por fuera específicamente, visible; también puede estar en el contenido del paquete, porque en definitiva en ese caso, cuando uno va a fumar, el rotulado está en el cigarrillo. Eso se retiró, pero dijeron que para ellos este rotulado los identifica y quieren que esté nuevamente en el cigarrillo.

Nos trajeron cajillas de cigarrillos y eran copias idénticas a las que ellos comercializan. Para que tengan una idea, el contrabando de tabaco anda en el 40 %, y ¡vaya si eso pasa a ser un problema! Y más problema aún es que muchos pequeños comercios, para subsistir, están incorporando en sus góndolas productos de contrabando. Es una realidad, porque la diferencia o lo que le da quien le ofrece el producto al almacenero -llamémoslo así-, la utilidad, la ganancia de la cajilla de cigarros está muy por encima de lo que puede percibir por una cajilla elaborada en Uruguay. Lo digo para que se entienda el problema. Soy de Soriano y puedo enumerar casa por casa donde hay un depósito de mercadería toda ingresada de forma ilegal. Y somos complacientes diciendo: "Es la forma como se ganan la vida". Sí, pero por otro lado, hay una cantidad de fuentes de trabajo que se pierden.

Es un tema que me preocupa y muchísimo porque es doloroso. Nosotros que somos del litoral del país y que conocemos de esto, podemos decir que es doloroso.

Como decía, relativo a la industria farmacéutica, en el interior prácticamente todos los días cierran farmacias, y si no cierran es porque estiran la agonía; somos conscientes de que no hay nada que hacer. Es más económico en la República Argentina, ¿está bien! Ahora, cuando el consumidor está frente a un medicamento que ingresa al país y que en una misma matriz contiene información de que fue registrado en Brasil, por el Ministerio de Salud y hay número de registro, le es muy difícil distinguir si está ante un producto adulterado o no, si ingresó o no de contrabando.

Por lo menos, se trata de informar, después cada uno opta o no por comprar ese tipo de productos. Lo digo para que se entienda el espíritu del proyecto. Y soy consciente de que estos nuevos proyectos que están a estudio de las comisiones a ustedes les genera pensamientos como "Si van a seguir con nuevos rotulados y rotulados, la verdad así no funciona".

Sería excelente si existe alguna forma tecnológica que facilite incluir toda la información en un código, porque mañana habrá otro legislador que va a querer brindar, incorporar más información y que a través de la tecnología, apretando un botón podemos informarnos y estaríamos solucionando lo que en definitiva queremos plasmar en este proyecto de ley.

SEÑOR DOS SANTOS (José Luis).- Nos complace ver que el espíritu del proyecto prevé posibilidades de flexibilizar, de que sea tecnológicamente más accesible. Bienvenida la intención. Con gusto estudiaremos alternativas que creemos más posibles.

SEÑORA HANSZ (María).- Hace quizás unos dos años que la Cámara está trabajando con un sistema para cumplir con lo que la Intendencia de Montevideo establece: la tarjeta digital.

Una disposición de la Intendencia establece que cuando uno compra de forma digital mediante cualquier plataforma, elige el producto y cuando le va a dar "comprar" debe existir la posibilidad de ver la etiqueta desplegada, porque lo que uno ve es una fotito. Capaz que uno la ve e interpreta si tiene o no azúcar, pero si los productos son muy parecidos, puede comprar mal. Entonces, la intendencia obliga a que esa etiqueta se despliegue de manera de que todos los datos puedan verse. Todos esos datos que están en la etiqueta uno los puede ver en una hoja grande, en blanco y negro o si la empresa quiere, puede utilizar el mismo diseño que está en la etiqueta. Es una cuestión de elección.

Cuando esto se estableció como obligatorio, ¡claro!, el industrial se puso nervioso porque la cuestión era saber para quién iba la multa, si a la plataforma o al dueño del producto que es la empresa si no aparece la información. Entonces, comenzamos a investigar cómo podíamos resolver eso de forma bastante automática, porque que cada empresa mandara la información a la plataforma, iba a ser complicado.

Comenzamos a ver que respecto a las plataformas, los supermercados tienen distintos formatos, entonces, para un mismo producto había que llenar cinco, uno para cada supermercado. Hablamos con GS- 1, empresa que gestiona los códigos de barras de los productos. Cuando uno necesita un código barras, la empresa GS- 1 lo gestiona y lo da para que lo use con un producto y que nadie más lo puede usar. Es la empresa que a nivel global, mundial maneja los códigos de barra. Es una organización sin fines de lucro. Esta gestión no tiene costos para las empresas.

Nos comunicamos con esa empresa y generamos una base de datos donde las empresas tienen su lugar para subir todos los datos del producto; es una serie de celdas en las que se suben el nombre del producto, la lista de ingredientes, tabla nutricional, un montón de cosas. Pero para subir toda esa información, el producto tiene que estar

aprobado, porque lo primero que se solicita es el número de registro; si un producto no está registrado o no es legal, no puede subir la información a esa plataforma. Luego, los supermercados y plataformas toman la información para generar esa etiqueta del modo que quieran: en blanco y negro, con un logo, lo que quiera. Ahí está disponible toda la información.

Hay un paso siguiente -no hemos tenido el tiempo como para hacerlo, porque la coyuntura actual nos lleva la cabeza a atender otras cosas-: un proyecto de implementar en esa plataforma una aplicación para celular. Entonces, cualquiera de nosotros, leyendo el código de barras puede ver toda la información desplegada.

Siendo un poquito más ambiciosos, también se pensó en que esa aplicación leyera la información para los no videntes. Entonces, como el no vidente desde su casa no puede identificar el producto porque al tocarlo no se da cuenta, puede saberlo porque el código de barras lee la información. Todavía no comenzamos con eso, pero si este proyecto de ley puede compasarse con un código virtual, en esa misma plataforma se podría poner el logo; ahí sí no hay costo. No iría en la etiqueta, pero sí en lo que llamamos etiqueta digital o la tarjeta *e-commerce*, como la denominó la intendencia.

(Se suspende la toma de la versión taquigráfica)

SEÑOR DOS SANTOS (José Luis).- Tenemos que estudiar bien esto. Como decíamos hoy, podemos llevar esta reflexión a la Cámara Industrial de Alimentos, recopilar datos. Hay que ver que hace dos meses fui electo presidente por lo que aún no tengo claros algunos libretos.

Vamos a trabajar con esto y ofrecerles una solución.

Para finalizar, quiero hacer una reflexión, un comentario.

En diversos momentos de esta charla se habló del contrabando. Y como que al final lo estamos naturalizando, estamos tomando acciones para neutralizar la realidad del contrabando. Entonces, deberíamos cambiar el Código Penal, porque el contrabando sigue siendo un delito. Si como sociedad lo vamos a naturalizar, deberíamos sacar este delito del Código Penal. De lo contrario, debería fiscalizarse efectivamente, porque al final nos llevan a tomar este tipo de medidas porque existe una realidad que es el contrabando.

Simplemente quería decir eso. No es nada nuevo. Todos ustedes lo saben.

Agradecemos la oportunidad de estar aquí.

SEÑOR REPRESENTANTE TINAGLINI (Gabriel).- A medida que la delegación desarrolla su exposición, me surgen preguntas.

Sabemos la complejidad que tienen. Ustedes hablaban del control de la Intendencia de Montevideo. ¿Cómo es este operativo con las intendencias del interior? ¿Utilizan el mismo mecanismo?

SEÑORA HANSZ (María).- La única intendencia que obliga a usar la tarjeta digital es la de Montevideo. No es una normativa nacional, pero todas las intendencias tienen acceso a esta base de datos; si la solicitan, se les da. Las empresas que piden el acceso a la base de datos, se las dan, sin problema.

Creo que en el interior nadie la ha pedido. Además, tiene que ver con que no tienen la obligación de la etiqueta digital.

SEÑOR REPRESENTANTE TINAGLINI (Gabriel).- Pero ¿está disponible?

SEÑORA HANSZ (María).- Sí.

SEÑOR REPRESENTANTE TINAGLINI (Gabriel).- Y no tiene costo.

SEÑORA HANSZ (María).- No.

SEÑOR REPRESENTANTE MELAZZI (Martín).- Entonces, los comercios del interior no tendrían que incorporar toda esta información porque ya existe, ya está en una base de datos. ¿Es correcto?

SEÑORA HANSZ (María).- Sí.

En realidad, quien tiene que brindar la información es el dueño del producto que puede ser el industrial, el importador o el que lo registró, que a veces es un distribuidor porque es una marca blanca y el distribuidor tiene su marca y lo hace. El dueño del producto es el dueño de la marca.

Quienes están obligados a subir la información a esa plataforma, son los dueños del producto, quien tiene el registro del producto, porque además, si no está registrado, si no tiene los datos del registro del producto, no puede avanzar, no puede entrar a la base.

SEÑOR REPRESENTANTE TINAGLINI (Gabriel).- No hay que hacer un trabajo extra. En el interior pueden acceder tranquilamente.

SEÑOR PRESIDENTE.- La Comisión agradece la presencia de la delegación.

SEÑOR DOS SANTOS (José Luis).- Muchas gracias a ustedes.

(Se retira de sala una delegación de la Cámara Industrial de Alimentos)

SEÑOR REPRESENTANTE TINAGLINI (Gabriel).- Creo que es de orden -y todos estamos pensando en lo mismo-, importantísimo -no sé si para la próxima reunión- convocar a GS- 1, empresa que está trabajando con el *software*, para que nos indique cómo es la instrumentación. Podemos convocarlos para este proyecto y para el de precios por unidad de medidas; es una de las herramientas que estábamos buscando, y ahora con la venida de esta delegación se nos aclaró el panorama.

Es fundamental tener información de primera mano de esta empresa y ver cómo podemos sortear algunos de los matices que tenemos en ambos proyectos.

SEÑOR PRESIDENTE.- Así se procederá.

No habiendo más asuntos, se levanta la reunión.

≠